

融媒体时代电视新闻节目传播探析

摘要:在融媒体时代,新闻传播获得了进一步的发展。在新闻信息传播中,新媒体发挥了越来越明显的作用,并且逐渐在新闻信息传播中得到广泛应用,从而逐渐形成新的传播形势。随着新闻传播媒介的不断丰富,对于传统媒体的发展也产生了一定的制约作用。在融媒体时代,电视新闻节目如何实现有效传播,实现节目创新,进而从激烈的媒体竞争之中突围,这是当前需要重点分析与研究的问题。

关键词:融媒体;电视新闻节目;传播

中图分类号:G222

文献标识码:A

文章编号:1671-0134(2018)09-027-02

DOI:10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.09.008

文/李嘉凤

现代新媒体技术的普及与发展使新闻传播的主体和形式发生了翻天覆地的变化,过去的新闻传播体系和格局受到了很大程度的影响,必须尽快对其进行改革与创新。在融媒体时代,电视新闻必须清醒认识到自身地位,坚持与时俱进,为有效传播新闻提供可靠的保障。基于此,本文对这一问题进行分析。

1. 融媒体时代电视新闻传播策划的挑战

1.1 观念传统,技术落后

电视属于传统权威媒体,在过去很长一段时间内是受众获得新闻信息的重要渠道,大部分电视新闻从业人员逐渐产生了“媒体本位”思维,存在“以我为主”而非以受众为主意识,而广大受众基本上是“播什么看什么”的心态,这就在很大程度上制约了电视新闻的创新与发展。但在融媒体时代,电视新闻的垄断优势逐渐削弱,新闻从业人员也应当深入思考传统新闻的传播方式,积极借鉴现代新媒体的传播理念。换句话说,电视新闻必须抓住这一机遇,寻求更大的发展空间,积极更新传统理念,依靠“互联网+”传统电视媒体,强调受众需求偏好,从而尽快打破束缚,获得更好的发展。^[1]

1.2 新闻传播效果减弱

第一,当前少部分传统媒体逐渐开始转型为新媒体,如《东方早报》已经推出澎湃新闻新闻客户端,原澎湃新闻CEO离职后自己创办了梨视频APP,《新京报》后续也推出新闻APP。这类视频APP属于传统媒体的转型方向,其中,有很多类似于东方卫视这样的电视新闻媒体在近年来非常迅速地推出和发展这类APP,可见依靠传统媒体的资源优势对电视新闻的时效性以及公信力产生了非常大的影响。第二,传播渠道的增加势必会导致受众分流,进而影响到传统电视新闻的收视率。由于受众不管是借助于计算机、平板或者智能手机,都可以获得新闻信息,即能非常及时地获得当前的新闻热点以及他们需求的新闻资讯。所以,传统电视新闻带来的信息内容不再表现出垄断性与稀缺性,在很大程度上影响到其传播效果。

与此同时,新闻传播的时间和空间上的局限被打破,传播方式更为自由,受众参与程度逐渐提升。当新闻事件出现后,现场头条报道常常源于网友的微博或微信,并非是电视新闻与其他传统媒体发出。或者在电视新闻报道后,很多受众已经会及时予以跟踪报道。如此一来,持续参与到相同媒体的受众能够依靠互联网以及手中的智能手机进入相同时空,相同事件被所有受众共同传播与分享,实现信息的持续性交换。在这样的情况下,若电视新闻报道出现了延迟,无法给受众带来更多信息内容,就很容易使新闻报道和受众期待存在较为严重的错位。

1.3 新媒体渠道的影响

融媒体时代是第二媒介时代,传统电视新闻常常采取立体化的传播形式,将内容直接同步到网站、微博以及其他客户端,或者将部分新闻内容利用新媒体输出。如此,即便是受众没有及时观看直播,也能够从其他各种渠道及时了解自己感兴趣的新闻内容。为做好自制新闻的宣传,传统电视台选择多元化的发展道路,在电视屏幕中设置独立的官方微博、微信二维码的位置,受众能够借助于微信或微博从新闻节目的公众号上获得信息内容,同时掌握新闻节目的具体动态。融媒体时代的来临为电视新闻的传播方式带来了更加多元的选择,也带来了很大的便利。^[2]

2. 融媒体时代下电视新闻节目的创新途径

在融媒体时代,为了实现电视新闻节目的创新,需要依靠新的媒体技术,强调内容的创新,并且将技术与内容相互结合起来,实现双轮驱动,再配合节目互动,就可以满足融媒体时代提出的要求,促进电视新闻节目的持续发展。

2.1 依靠新媒体技术,促进节目形式变革

新闻节目形式的创新与变革能够有效促进其收视率的提升。电视新闻为了更好地吸引广大受众,必须积极应用现代技术,制作更符合受众需求的电视节目。比如

央视出品的《中国舆论场》这一节目，它属于较为典型的融媒体节目，现代信息技术在该节目中中得到非常广泛的应用，立体化的“在线观众席”由此产生，受众仅仅借助于手中的手机就能够直接参与到新闻互动中来，抢到新闻现场的虚拟观众席，同时能够实现电视、现场与手机同步在线，新闻主持人、受众与现场嘉宾能够实时互动，受众的观点可以即时传送到新闻节目现场，提升了新闻节目的互动性和吸引力。新闻节目形式的创新不但有效增强了受众的参与性，也使新闻节目本身拥有更强大的竞争力和影响力，最终实现受众与电视台的双赢。

2.2 加强内容创新

融媒体时代下的信息传播能够提供相应的方式与渠道，技术的进步不仅可以改变信息传播的介质与载体，还能改变受众信息获取的方式以及阅读习惯，使得受众对信息的需求也发生了改变，特别是在碎片化信息时代，人们对高品质权威的内容要求也在不断增加，对于电视媒体而言，优质权威内容依旧属于核心竞争力，是电视媒体赖以生存的关键所在。不难看出，融媒体时代的“内容为王”依旧不过时。

但需要注意，随着媒体融合的不断深入，内容为王的含义已经超出了原本的字面含义。传统媒体需要掌握新的技术，通过最新的方式呈现具有创新性以及难以复制的内容，这样才能满足受众对内容的需求。换言之，只有通过创新，才能生产出满足时代要求的内容，所以，创新成为内容生产的不竭动力。

2.3 技术内容的双轮驱动

媒体融合需要技术的支持。作为电视从业人员，在策划新闻传播的时候还需要分析技术发展潮流，将最为先进的技术囊括到自己的视野中。大量实践证明，电视新闻不能像传媒公司一样，开发一个客户端，直接将内容填进去即可。新媒体客户端运营的关键在于如何才能能够把平台的主导权，并且对于后续的开发权也需要加以控制。随着技术开发公司的涌现，为电视台提供了互动技术的支撑，并且提供了数据分析、微信微博运营维护等相关服务。实践证明，在技术平台选择上非常慎重，某些服务能够外包，但原则上不能整体性的外包，第三方公司资金技术研发的能力相对有限，无法确保后续的业务支撑；通过第三方平台的使用，所有数据都被开发者利用与掌握，其安全性也得不到保障；社会中的企业以低姿态进入到电视台，但是也不可能提供免费的午餐，企业会通过各种形式来分割利益。如此一来，媒体的融合工作会受到第三方技术公司的影响。^[1]

技术的合理引入对于传播和策划电视新闻发挥了重要作用。首先，在海量信息的梳理与整合之中运用大数据以及云计算技术，为后续的内容生产、发布提供保障。其次，针对人们信息的获取，新闻客户端是不可或缺的工具，当前的电视媒体已经拥有手机客户端，但难免存在技术短板。在客户端的开发与维护中引入移动通信技术、VR以及AR等，是电视新闻传播策划需要分析考虑的因素，通过专业技术人才的引入，可以实现手机客户

端功能的完善与丰富，也能够满足信息的个性化传播和精准要求。再次，微信、微博等社交应用也成为信息传播的主要渠道，电视新闻传播策划更偏向于技术与应用的开发，利用官方微博、微信公众号就可以实现社交媒体与新闻节目的无缝衔接，通过微信、微博等社交媒体技术平台就可以吸引更多观众的注意力，不断扩大传播范围，最终增强传播效果。

2.4 追求节目互动，打造多媒体互动平台

新媒体传播是交互式与双向性的，内容生产者直接将信息传递到网上，利用观众的评论才能够获取内容的反馈，生产者与观众之间的互动也是解惑答疑的一个过程。在赢得观众关注度的同时还能够提升其参与感。在这样的情况下，电视新闻节目为了能够站稳脚跟，就需要融合新媒体，通过多种节目环节的设置不断丰富节目内容，强调与观众之间的交流和互动，就可以成为全民都能够参与其中的多媒体平台。在2017年的两会期间，中央电视台就实现了融媒体全覆盖，连接微信、微博以及客户端，由多个栏目共同发力，在实现直播的同时也能够与观众互动，为观众解读大会的基本内容，从而获得良好的社会效应。基于融媒体互动，观众能够边看电视边利用手机直接参与到讨论之中，这样的沟通才能满足高效性与便捷性的需求。^[4]

结语

总而言之，传统媒体与新媒体之间存在较大的差异，但两者的相互融合对电视新闻节目传播有积极的推动作用。电视新闻节目可以充分利用网络将视频传播优势发挥出来，并且提升自身的专业技能。在融媒体时代，电视新闻节目与传播形式的融合已经成为必然，对于两者的发展也有着重要的推动力，能够为社会营造一个良好的舆论环境。^[5]

参考文献

- [1] 元伟.论新媒体时代传统电视新闻节目如何提升传播影响力[J].中国传媒科技,2017(4):88-89.
- [2] 张秀兰.新媒体时代传统电视新闻节目如何提升传播影响力[J].新媒体研究,2016(23):182-183.
- [3] 丁冬女.全媒体时代电视新闻节目多屏化传播策略[J].新媒体研究,2016(14):8-9.
- [4] 丁香.全媒体时代下电视新闻节目的有效传播[J].新媒体研究,2016(10):85-86.

(作者单位:安徽阜阳广播电视台)